

Lasst Bilder sprechen

Wir haben Glück mit unserer Branche. Im Gastgewerbe ist immer etwas los und es gibt viel zu berichten – zum Beispiel mittels visuellem Storytelling.

Text: Thomas Hendele



Stellen Sie sich vor, Sie arbeiteten in einer Bank. Oder bei einem Versicherungsunternehmen. Das sind zwei Branchen, die – oberflächlich betrachtet – erst einmal langweilig klingen.

In der Gastronomie und Hotellerie hingegen gibt es ständig etwas zu erleben. Diese Geschichten lassen sich im Social Web prima erzählen. Ein Hotelier hat erst kürzlich zu mir gesagt: „Wir wissen manchmal gar nicht mehr, was an unserem Beruf alles interessant sein kann. Wenn Sie aber einem Gast einen kleinen Einblick »hinter den Vorhang« gewähren, schauen Sie in glänzende Augen oder verdutzte Gesichter.“

Social Media lebt von den kleinen und großen Begebenheiten unseres Alltags. Geschichten zu erzählen, ist so alt wie die Menschheit. Und es macht einfach Spaß, sie zu erzählen und zu hören.

Doch Unternehmen im Social Web tun sich oft noch schwer damit. Was ist eine Ge-

schichte? Ist sie es wert, erzählt zu werden? Wie sollte man sie aufbereiten?

Schnell erzählt

Eine Möglichkeit ist das Erzählen von Geschichten in Form von Bildern oder Fotos, kurz: »visuelles Storytelling«. Wussten Sie, dass Fotos die meistgeteilten Inhalte im Internet sind? Kein Wunder. Kann man sie doch heutzutage dank günstiger Kameras und Smartphone-Verbreitung schnell erstellen und noch schneller mit den Freunden teilen. Wem ein Bild gefällt, der drückt einfach auf »gefällt mir« – all das läuft in Sekunden ab. Nicht ohne Grund teilen auch Unternehmen immer häufiger Bilder, statt lange Texte zu verfassen. Sie kommen »einfach besser an«.

Visuelles Storytelling – drei Merkmale:

- Der zu teilende Inhalt ist ein Bild beziehungsweise Foto.
- Mit diesem wird ein Thema aufgegriffen, das zum eigenen Unternehmen, zur eigenen Region, zu den eigenen Dienstleistungen und Produkten passt.
- Mit dem Bild/Foto wird ein aktuell heiß diskutiertes Thema angesprochen, das aber thematisch zum eigenen Unternehmen passt.

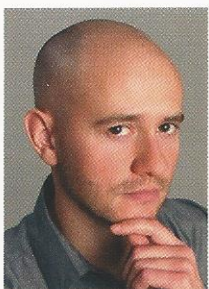
Interessante Themen

Ein Beispiel soll das verdeutlichen. Halloween ist auf Facebook traditionell der Tag, an dem mein Stream voll ist von Fotos, die Kürbisse zeigen.

Das »Thema des Tages« sorgt bei Unternehmen aller Branchen dafür, Inhalte zu posten, die rein gar nichts mit dem eigenen Betrieb zu tun haben. Auch die Facebook Seite von Greetziel (<https://www.facebook.com/greetziel>) widmete sich vergangenes Jahr Halloween. Allerdings gingen sie das Thema visuelles Storytelling besser an. Ein Foto des bekannten Greetzieler-Hafens wurde ein wenig bearbeitet. Dem Hafen wurde eine düstere Halloween-Stimmung verpasst. Dazu ein kleiner Post, fertig war die »Geschichte« (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=431937526863523&set=a.186562198067725.47139.115902638467015&type=1>).



Weshalb das ein gelungenes Beispiel ist? Ein Foto des eigenen Hafens wurde an das »Thema des Tages« angepasst. Und die Reaktionen gaben Greetziel recht – mehr als 180 Likes und 190 Shares.



Autor
Thomas Hendele.